

地域資源を活かした「新事業展開」

店舗展開をするようになったきっかけは?

当社は2006年に大分県・別府市に設立し、地の利を生かした温泉研究と皮膚・毛髪研究から生まれた化粧品をインターネットのみで販売していました。2007年に温泉酵母から生まれたM1育毛ローションを開発。その後順調にお客様から高評価をいただき、3年連続でクチコミランキング1位を獲得しました。そこから、BtoBに販売するため、2012年より全国理美容サロンへ商材を卸す代理店との取引を開始するようになりました。

そして、2013年世界毛髪研究会議最優秀賞受賞によりさらに売上拡大につながりました。その後、新種の温泉藻類RG92の発見により、抗炎症作用が期待できる温泉藻類として特許を取得し、ヘルスケア部門がスタートいたしました。そして新規販路拡大のため、2015年12月に新たな事業として、大分・別府温泉の魅力を発信する新スポットとなるよう「まるごとっぽん」という全国のご当地ものを扱った商業施設に初の直営店として、「おおいた温泉座」をオープンし、より多くのお客様に商品に触れていただきたいと思っております。また「おおいた温泉座」には大分の温泉成分を味わえる無料足湯も設備したことがめずらしく、お客様にはうけています。

BtoCに向けた直接販売は、初めての試みでしたが、メディアからの取材も多く、出店から売上げは伸びています。
今後どう展開しますか?
はい。「おおいた温泉座」をモデル店舗に直営店の店舗展



株式会社サラヴィオ化粧品 統括本部長

野越 成一郎

Nogoshi Seiichiro
温泉の力を活用した無添加・防腐剤フリーにこだわる安心安全な商品作りを行っております。特にお肌が敏感な方におすすめです。
<http://www.saravio.jp/>



特許の温泉成分を配合した化粧水



▲浅草にオープンした「おおいた温泉座」

開を考えています。商品力はあり、インターネットや卸で売るノウハウは持っているのですが、このスキームを活かしてフランチャイズ化も視野に入れています。社内のみんなは自分で考えることが好きなので、出店にあたっての、販売店舗の作り方、売り方は自社で考えました。

それは会長から「常に進化し続けなさい」という言葉を言われ続けているので、みんな、日々意識して取り組んでいるように感じます。自社にはチャレンジさせてもらえる環境があります。

野越さんは、統括本部長として、新しい考えが得られるということと同友会活動に意欲的に参加しています。現在、大阪でも出店を考えているので、分からないことや困りごとがたら同友会の人脈を活かしていきたいと話していました。

(文・高谷 朋世)

自社の強み明確にし、届きたい人に伝わる広告。

特集

株式会社アトリエアイズ
代表取締役
株式会社妙興
代表取締役

谷川 文江 氏
辻本 宗興 氏

地域資源を活かした「新事業展開」
野越 成一郎 氏

感じる力が力に

【志士の手 STORY】
NPO 法人 大阪精神障害者
就労支援ネットワーク 理事
JSN 茨木所長
保坂 幸司

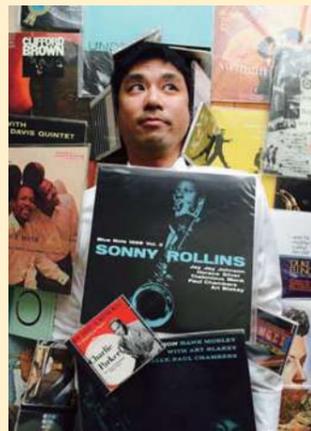
大阪府中小企業家同友会は、大阪府下に26支部約2500社の会員が所属し「よい経営者」「よい会社」「よい経営環境」をめざして活動しています。お近くの支部例会(経営者同士の学びの場)や各種行事に、ゲスト(無料)として参加してみませんか? ご興味をお持ちの方は事務局までお問い合わせください。<http://www.osaka.doyu.jp/>

経営者のあなたへ。 会員募集中!

経営者の休日

感じる力が力に

休日の楽しみは沢山ありますが、その一つが音楽です。これまで集めたレコードとCDは約2000枚。休日だけでなく平日も、事務所でも移動中でも音楽を聴いています。頭の中ではいつも音楽が鳴っています。



那須法律事務所 弁護士

那須 良太

Nasu Ryota
アクセスのよい江坂に事務所があり『依頼者の利益の実現』をモットーに活動中。バランス感覚を大事に相談を受けることが、依頼者の満足度の高さにつながっている。
<http://www.nasu-law.jp/>

中でも好きなのが、ジャズ。ジャズというオシャレだとか言われますが、全くの誤解です。ジャズを聴くと、楽しくなると体が勝手に揺れ出したり、胸が締めつけられるほど感動したり、叫びたくなるほど興奮したり...見えた目なんて気にしていません。ジャズは個性の音楽、自由な音楽、瞬間的な創造性の音楽です。ジャズを聴くこと、感じる。間違いなく僕の原動力です。

へ通勤。2016年10周年を迎えるJSN 茨木、保坂氏の熱い志士の手に社会への役割の大きさを感じる。
(文・西岡 洋子)



NPO法人 大阪精神障害者
就労支援ネットワーク 理事
JSN茨木所長
保坂 幸司
Hosaka Kouji
<http://www.npojsn.com/>

表紙・志士の手STORY Vol.8
陽光まぶしい午後、就労訓練の作業場を訪問。子ども玩具入りのガム箱詰めとボタン見本を作る仕事が進められていた。立ち仕事6時間で集中力と体力を養い、社会復帰の支援をする。最長2年、平均して1年2、3カ月で職に就き、その8割が辞めないで働いているのは驚異的数値である。
現在約300人がそれぞれの職場

自社の価値を明確にし、届けたいたい人に伝わる広告。

中小企業の事業戦略については多岐にわたる手法があります。誰に自社の価値をどのようなか提供するか、また顧客との接点をどの手段を用いて展開するのかが焦点にそれぞれTを駆使した2人の経営者にお話を伺いました。

事業内容について

お聞かせください。

谷川 20年前にイギリススタイルのフラワーアレンジメントスクールとして西宮市で開業しました。他にフラワーギフト、ネットショップの3本の事業を行っています。別事業として3年前から一般社団法人フラワージャパンというイギリススタイルフラワーアレンジメントの資格発行事業と教室の開業支援を行っています。スクール内の資格を取得して開業した生徒が理事として運営をし、講師の育成を行っています。

辻本 これから盆栽を始める人にインターネットで販売しています。現在は販売のみを事業としております。生産者が高松にいたので発送の効率を高めるために高松で事業を行っています。

けでなく本気でやりたい人からのネット申し込みがあることから想いを伝えるこのやり方は続けていこうと考えています。

辻本 集客は問題ありませんが母の日や父の日などの繁忙期に納品が追いつかず処理しきれないことがあります。その対策として最近では生産者の近く（高松市）に作業場を移して事業を行っています。逆に閑散期には時間的余裕が生まれるので、その時期には顧客管理を行うことでフォロー強化に努めています。時期による売上の変動を安定させるために広告をいれていますがやみくもにかけるのではなく、顧客のLTV（ライフタイムバリュー）^{※1}を考えて計算し、そこから逆算して広告を考えています。そして課題としてはネットの世界は情報が目まぐるしく変化するので立ち遅れないようにするためにネット事業者間で日々情報交換

ネットサイトは失敗を繰り返して作り上げる。事業者間での情報共有が大事。

を継続して行うことです。ネットサイトは失敗を繰り返して作り上げる部分があり、1社だけで運用するとベストな状態にするのにかかるコストがかかってしまうの

事業を始めたきっかけは？

谷川 私の場合は20年前にPTAの母たちを対象に教室を開いてほしいとの要望があり、引き受けることになりました。当時はスクールとしてはやっていませんでしたが雑誌に自作成したドライフラワーが掲載さ

ホームページに理念や想いを掲載しているのが本気でやりたい人からの申込があります。

れていたのを見かけた方がこの人に頼んでみようという流れから話をいただきました。その実践後にその話を聞いた幼稚園からも依頼があり「子育てをしながら夢を叶えた女性」というテーマの講演依頼もいただき2か月で200人ぐらい教えることになりました。

でお互いに情報共有していけば負担は減らせるのではないかと思えます。同友会でもそういう機会がもっと増えればいいですが…

SNSなどへの取り組みはされていますか？

谷川 ホームページが3つ、ブログが3つ、フェイスブックが3つ、その他はインスタグラムやツイッターを行っています。私が1人で全てやっている訳ではなく、社員や事務局と分担しています。ターゲット層は時代とともに変わってきており、やり始めたころは自分と同じ年代の専業主婦層でしたが最近では仕事をもった方が多く、自分のためにお金を使える方が増えています。
辻本 SNSは使っている層が決まっているので、ターゲット層がそのツールを使っているか使っていないかで判断して利用しています。

ツイッターやインスタグラムは比較的若い層なので弊社の利用層では使っていませんので現状はメールとメルマガが中心となっています。中小企業には昔からあるメールやメル

そのうち「専門の教室はないんですか？」という要望がでてきたことから起業することになりました。

辻本 私は元々はweb制作業でネットショップ販売支援の仕事を行っていました。そのうち自分でも販売するようになり、たまたま盆栽生産者が知り合いにいたので販売ノウハウを活かしてネットでの盆栽販売を新しく事業化し、後にweb制作業をやめそれ一本の事業に集中し

ました。そして経営の勉強をしようと思いましたが、きつかけはその当時にDRM（ダイレクトレスポンスマーケティング）^{※2}の勉強をしていた時に「株式会社やずや」の例が掲載されていたので会社が急成長したきっかけが。同友会の指針セミナー^{※3}だったという記事を見てすぐに参加しました。

マガをしつかりやった方が効果的だと思います。

将来ビジョンについて

谷川 頭の片隅に台湾やドバイの高級層に向けて枯れない花を提案することがあります。現在、今の業務をしながらその時間を作るのは難しいですが、ルートづくりや販売の仕組みを考えてから実行できたら面白いです。まずは教室の開講者をもっとたくさん排出することが目標です。進出するエリアについては東京は激戦区であり、どちらかというと西日本の方が手が回らないので四国や九州への展開に考えています。

辻本 市場が小さいので現状のままネット販売を行っても頭打ちになるので別のものとコラボしたり、教室事業も視野に入れて展開するといったことで手を広げていこうと考えています。

取材を終えてー
二人ともに創業者であり、すべてにおいて初めての経験にも関わらず強い想いをもって進んできたのだと感じました。何事にも挑戦し、状況に応じて変化修正して体を成す生き様が見えました。まさにPDCA

商品やサービスの明確な価値は？

谷川 お花を通じた暮らし方の提案です。その提案を行うには自分一人ではできないので理解し合える仲間と共に本気で事業を支援することが必要でした。だから別事業として構築して「お花を通じた暮らし方の提案」により関係する人々が幸せになることを理念として始めました。

辻本 盆栽を始めたらもうことごとその人が趣味を通じて生活に張りを持ち毎日がハッピーになるものを提供します。盆栽はプレゼントされる方も初めての方もおられますので育て方がわからないといったことができてきます。そこで調べるとかの新しい流れが現れることで生活に張りが出てきます。最近では結婚式で娘さんが両親に自分の代わりに育ててほしいという気持ちも込めてプレゼントされています。

をしつかりと実践している内容でした。

PDまではやっている企業は多いのですがその後のCAができていくかどうかで会社の将来がかわるのではないかと実感した取材でした。

（文・赤井幸智）

※文章中の補足
※注1＝ダイレクトメールなど消費者に情報を伝達し、直接コミュニケーションをとる販売促進のためのマーケティング手法。
※注2＝実際に自社の商品やサービスを使ってもらえるであろうモデルユーザー（ペルソナ）を作り出し、そのユーザーのニーズを満たすような形で商品やサービスを設計するというマーケティング。
※注3＝顧客が自社に生涯もたらしてくれる利益。



株式会社アトリエーフズ
代表取締役

谷川 文江

Tanigawa Fumie
イギリススタイルのフラワーアレンジメントスクールの経営と生花やブリザ、観葉植物などギフト全般を取り扱っています。今後は資格取得者の開業支援に力を入れていきます。
<http://ateliers.blue-glim.com/>

集客についてはどうしていますか？

辻本 盆栽の販売に関してはターゲット像を決めるペルソナマーケティング^{※4}を採用して顧客が満足する特徴ある商品を提供しています。

集客については検索対策やメール広告、アフィリエイト広告などを行っています。対象を明確にして盆栽に興味のある人に対してとりにいくことにしています。

谷川 ターゲット層が何を求めているのかを把握し、対象者を層からさらに像を考慮することでより効果的にPRしています。先日12万枚を近隣に配るポスティングプロジェクトを行いました。

現在、生徒募集はネットのみで行っており多い時は新規で5人の時もあります。サイトにやりたいことや想いを掲載していることでそれ自体がライフスタイルそのもので、それを見た人からの問い合わせが増えています。最近ではクチコミの紹介だ



▶ お互いの今後の事業展開について盛り上がる対談風景



株式会社妙興
代表取締役

辻本 宗興

Tsujimoto Muneoki
WEB制作業から転身し盆栽屋に。サイトを立ち上げて数年でネットでの盆栽販売トップクラスのシェアを獲得。

<http://www.myoko.co.jp/>